

УДК 629.113; 656.078.8:658.51; 303.725

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМЫ ФИРМЕННОГО СЕРВИСА КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ

© 2011 г. *И. В. Макарова, Р. Г. Хабибуллин, Л. М. Мухаметдинова, Д. Ю. Шакирова, Р. Ф. Зиганишина*

*Камская государственная инженерно-экономическая академия, г. Набережные Челны*

*В статье рассматриваются способы повышения устойчивости производственной системы путем повышения эффективности системы фирменного сервиса. Разрабатываемые методики направлены на совершенствование фирменного обслуживания на предприятиях дилерско-сервисной сети ОАО «КАМАЗ».*

Ключевые слова: *фирменный сервис; дилерско-сервисная сеть; эффективность дилерско-сервисной сети.*

*The ways to improve the sustainability of the production system by raising the efficiency of firm's automobile service are presented in the article. The developed methods should improve the automobile service of the JSC «KAMAZ» dealer-service network*

Key words: *firm automobile service; dealer-service network; effectiveness of dealer-service network.*

Одной из основных задач, обозначенных в Стратегии развития автомобильной промышленности РФ на период до 2020 г. [1] отмечена задача производства «...конкурентоспособной автомобильной техники, отвечающей международным требованиям по безопасности, экологическим характеристикам и экономичности». В условиях, когда фирма-производитель несет ответственность за свою продукцию в течение всего жизненного цикла, крупные промышленные корпорации, выпускающие наукоемкую и высокотехнологичную технику, сталкиваются с тем, что совокупность услуг, связанных с ее сбытом и эксплуатацией, становится одним из главных факторов конкурентоспособности. Чтобы обеспечить лояльность клиентов, их доверие к бренду, фирма-производитель автомобильной техники должна повышать качество не только самой выпускаемой техники, но и последующего ее сервисного сопровождения. Это тем более актуально, поскольку динамичное развитие автомобильной отрасли и высокая конкуренция на рынках сбыта вынуждают производителей к быстрому обновлению модельного ряда, чему сопутствует появле-

ние значительного числа различных моделей и модификаций. Такая ситуация создает целый ряд проблем при эксплуатации и организации сервисного обслуживания.

Особенности организации сервиса грузовой автомобильной техники состоят в том, что сервисное обслуживание осуществляется практически всегда в специализированных центрах. Это обусловлено тем, что для владельцев такой техники в настоящее время основным процессом является перевозочный, вследствие чего нецелесообразно иметь собственную производственно-техническую базу. Владелец автомобиля заинтересован в быстром и качественном обслуживании, поскольку это напрямую влияет на получение прибыли, поэтому при выборе сервисного центра он будет ориентироваться на качество и скорость обслуживания.

Рассматривая любую крупную производственную корпорацию с точки зрения создаваемого ею продукта, в особенности высокотехнологичного и имеющего длительный срок эксплуатации, необходимо учитывать, что производитель, как правило, несет ответственность за его состояние от момента

производства до утилизации. Создавая дилерско-сервисную сеть, фирма-производитель требует выполнения дилерами единых требований по компоновке и оборудованию дилерских торгово-сервисных центров, а также технологических, экологических и других норм и правил, поэтому качество работ в таких центрах регламентируется требованиями производителя. Неавторизованные станции технического обслуживания, как правило, не могут обеспечить полный перечень услуг по техническому обслуживанию, кроме того, качество услуг таких сервисов невысокое.

При покупке транспортного средства большинство клиентов обращают внимание не только на цену, технические характеристики, но и на развитость сервисной сети. Поэтому немаловажную роль имеет размещение станций технического обслуживания. Компании, которые имеют широко развитую сеть станций технического обслуживания и оказывают качественное обслуживание, являются предпочтительными для клиентов.

Несмотря на все преимущества системы фирменного сервиса, есть ряд проблем, которые оказывают негативное влияние на ее развитие. Один из негативных факторов — высокая себестоимость услуг в авторизованных сервисных центрах. Кроме того, рост автомобилизации пока опережает рост инфраструктуры, в том числе и развитие дилерско-сервисных сетей.

Систему фирменного сервиса (ФС) можно рассматривать как сложную организационно-техническую систему, функционирующую в тесном взаимодействии с производственной и обеспечивающей (логистической) системами, связь между которыми осуществляется с помощью информационных и материальных потоков. С этой точки зрения система фирменного сервиса является подсистемой фирмы-производителя автомобильной техники и вполне закономерно, что качество ее функционирования является составляющей эффективности и устойчивости всей системы. Поэтому организация эффективного управления системой фирменного сервиса является способом борьбы за клиента, способствует повышению его лояльности к компании и доверия к бренду, что повышает конкурентоспособность компании при расширении рынков сбыта ее продукции [2].

В свою очередь, сама система ФС может быть представлена сетью дилерско-сервисных центров (ДСЦ), каждый из которых также может рассматриваться как организационно-техническая система, состоящая из трех подсистем (продажи, сервис, запасные части).

ОАО «КАМАЗ» с самого начала своего существования был единственным из отечественных производителей грузовых автомобилей, развивающих свою сервисную сеть. В настоящее время сеть продаж и сервиса ОАО «КАМАЗ» охватывает все регионы России и СНГ и содержит порядка 140 сервисных центров в России. Развитие дилерско-сервисной сети (ДСС) осуществляется по двум направлениям — строительство новых предприятий сервиса и реконструкция имеющихся [3].

Эффективность системы сервиса напрямую зависит от качества управления системой и качества предоставляемых сервисных услуг в течение всего срока эксплуатации автомобиля. Эффективность управления любой системой определяется качеством обратной связи, позволяющей адекватно реагировать на изменяющиеся внешние условия и своевременно корректировать управляющее воздействие.

Определение эффективности функционирования ДСС должно осуществляться с учетом как внешних факторов, влияющих на систему, так и различного рода показателей, характеризующих различные аспекты ее деятельности. Это характеристики места размещения ДСЦ, востребованность предлагаемых услуг, их спектр и качество, своевременность выполнения услуги, культура обслуживания, обеспеченность запасными частями и оснащенность оборудованием.

Поскольку ДСС состоит из ДСЦ, отличающихся по видам оказываемых услуг и форматам (параметрам, характеризующим предприятия с точки зрения видов деятельности, объемов услуг и т. п.), необходимо предварительно произвести их кластеризацию. Для определения комплексного показателя эффективности каждого ДСЦ необходимо вычислить относительные показатели по каждому направлению деятельности. Алгоритм оценки эффективности функционирования ДСС представлен на рис. 1.

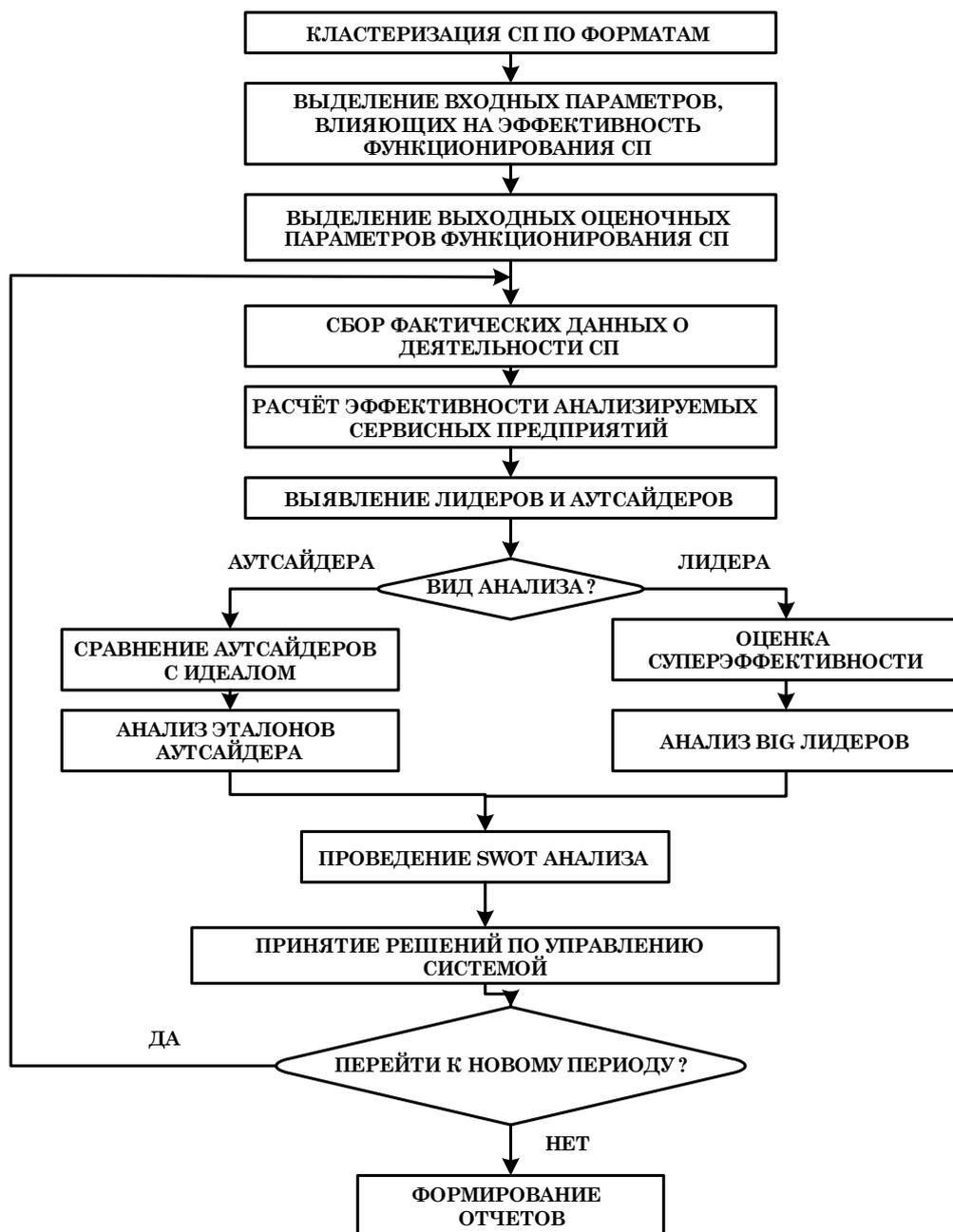


Рис. 1. Алгоритм оценки эффективности ДСС

После сбора данных по показателям деятельности ДСЦ проводится расчет эффективности их функционирования. Для оценки эффективности ДСС используются различные методы анализа, одним из которых является метод, позволяющий оценивать параметры функционирования объектов, реализованный в программном комплексе Konsi-DEA ANALYSIS [4; 5].

DEA-анализ позволяет выделять лидеров и аутсайдеров в своих форматных группах, сравнивать их с эталонами и разрабатывать

объективные стратегические решения для вывода предприятия в лидеры. Анализ показателей аутсайдеров предполагает оценку изменений, которым должны быть подвергнуты параметры, чтобы повысить эффективность его деятельности. Чтобы произвести изменения в работе аутсайдера необходимо сравнивать его с эталоном (предприятиями, участвующими в формировании идеала). Для разработки плана улучшений работы сервисного предприятия на основе проведенного Dea-анализа производится swot-анализ, поз-

воляющий выявить сильные и слабые стороны с целью дальнейшего стратегического планирования.

Применение указанных инструментов позволяет на основании оценки эффективности функционирования как отдельного ДСЦ, так и ДСС в целом выработать стратегию повышения эффективности, план мероприятий, что способствует устойчивости производственной системы предприятия.

### Литература

1. Основные положения стратегии развития автомобильной промышленности РФ до 2020 г. — М.: Министерство промышленности и торговли РФ, 2010. — 76 с.

2. Маркетинг услуг: персонал, техноло-

гии, стратегии. 4-е изд. / Пер с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 1008с.

3. Официальный сайт ОАО «КАМАЗ». [Электронный ресурс] / Сервисная сеть. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://www.kamaz.ru/ru/customer/service/center/list/>, свободный (05.04.2011). — Загл. с экрана.

4. Костерин А. Г. Повышение конкурентоспособности магазинов на основе ДЕА анализа. / А. Костерин, И. Костерин. // Практический маркетинг. — 2005. — №106. — С. 30–44.

5. KonSi — DATA ENVELOPMENT ANALYSIS. [Электронный ресурс] / Оценка конкурентоспособности. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://www.data-envelopment-analysis.ru>, свободный (05.04.2011). — Загл. с экрана.

Поступила в редакцию

11 мая 2011 г.



**Ирина Викторовна Макарова** – доктор технических наук, профессор, профессор кафедры «Сервис транспортных систем» Камской государственной инженерно-экономической академии.

**Irina Viktorovna Makarova** – Ph.D., Doctor of Technics, professor; professor of Kama State Academy of Engineering and Economics «Transportation Systems' Services» department.

423810, респ. Татарстан, г. Набережные Челны, пр. Мира, 68/19  
68/19 Mira pr., 423810, Naberezhniye Chelny, Tatarstan rep., Russia  
Тел.: +7 (8552) 58-96-67; e-mail: kamivm@mail.ru



**Рифат Габдулхакович Хабибуллин** – кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой «Сервис транспортных систем» Камской государственной инженерно-экономической академии.

**Rifat Gabdulhakovich Khabibullin** – Ph.D., Candidate of Technics, docent, head of Kama State Academy of Engineering and Economics «Transportation Systems' Services» department.

423810, респ. Татарстан, г. Набережные Челны, пр. Мира, 68/19  
68/19 Mira pr., 423810, Naberezhniye Chelny, Tatarstan rep., Russia  
Тел.: +7 (8552) 58-96-67; e-mail: hrg\_kampi@mail.ru



**Лариса Мухаматзакиевна Мухаметдинова** – магистрант кафедры «Сервис транспортных систем» Камской государственной инженерно-экономической академии.

**Larisa Moukhamatzakievna Moukhametdinova** – undergraduate of Kama State Academy of Engineering and Economics «Transportation Systems' Services» department.

423810, респ. Татарстан, г. Набережные Челны, пр. Мира, 68/19  
68/19 Mira pr., 423810, Naberezhniye Chelny, Tatarstan rep., Russia  
Тел.: +7 (8552) 58-96-67; e-mail: muhametdinova@mail.ru



**Джамиля Юнусовна Шакирова** – соискатель кафедры «Сервис транспортных систем» Камской государственной инженерно-экономической академии.

**Jamilya Yunusovna Shakirova** – competitor for candidate's degree at Kama State Academy of Engineering and Economics «Transportation Systems' Services» department.

423810, респ. Татарстан, г. Набережные Челны, пр. Мира, 68/19  
68/19 Mira pr., 423810, Naberezhniye Chelny, Tatarstan rep., Russia  
Тел.: +7 (8552) 58-96-67; e-mail: dhak@mail.ru



**Розалия Фаритовна Зиганшина** – аспирант кафедры «Экономика, управление и логистика» Камской государственной инженерно-экономической академии.

**Rosalia Faritovna Ziganshina** – postgraduate student at Kama State Academy of Engineering and Economics «Economics, Management and Logistics» department.

423810, респ. Татарстан, г. Набережные Челны, пр. Мира, 68/19  
68/19 Mira pr., 423810, Naberezhniye Chelny, Tatarstan rep., Russia  
Тел.: +7 (8552) 58-96-67; e-mail: zig-roza@yandex.ru